

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DENGAN PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN MELALUI ANALISIS SWOT

Oleh :

David Indra Prastiyas¹

Lidya Dwi Nur Afiqoh²

Adhistya Ayu Andriani³

Dr. Ir. Rusdi Hidayat N, M.Si⁴

Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB⁵

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: JL. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur (60294).

Korespondensi Penulis: 22042010137@student.upnjatim.ac.id

***Abstract.** Companies must seek a competitive advantage in today's increasingly severe corporate rivalry. Organizational culture, leadership, and strategy are seen as critical aspects influencing firms' ability to gain a competitive edge. As a result, the purpose of this study is to investigate the impact of organizational culture, leadership, and strategy on organizations' competitive advantage in the technology industry. Organizational culture, leadership, and strategy are three critical components that contribute to organizational success. Organizational culture impacts organizational strategy, as well as leaders' behavior and choices, while successful leadership may develop and strengthen a culture that aligns with the company's vision and goal. A successful strategy is backed by a thorough understanding of the current culture and leadership, as well as the management of company-specific resources and competencies to gain a competitive advantage. This study takes a qualitative method, with a focus on descriptive search or portrayal in the form of thorough explanations. Qualitative research methodologies are used to better understand how organizational culture, leadership, and strategy impact*

Received February 28, 2024; Revised March 25, 2024; March 29, 2024

*Corresponding author: admin@mediaakademik.com

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DENGAN PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN MELALUI ANALISIS SWOT

organizations' competitive edge in the technology sector. The data was gathered through in-depth interviews and observations. The findings of this study demonstrate that a strong organizational culture, effective leadership, and the correct strategy all contribute considerably to a company's competitive edge in the technology business. The major variables influencing the company's performance include a culture that supports innovation and risk-taking, effective leadership, and market- and technology-oriented initiatives. In the context of increasingly strong commercial rivalry, it is critical for technology businesses to understand and manage their organizational culture, leadership, and strategy in order to gain competitive advantage. Creating a culture that encourages innovation, creative leadership, and flexible solutions is critical for long-term success in this business.

Keyword : *Organizational Culture, Leadership, Strategy, and Competitive Advantage.*

Abstrak. Perusahaan harus mencari keunggulan kompetitif dalam persaingan perusahaan yang semakin ketat saat ini. Budaya organisasi, kepemimpinan, dan strategi dipandang sebagai aspek penting yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki dampak dari budaya organisasi, kepemimpinan, dan strategi terhadap keunggulan kompetitif organisasi dalam industri teknologi. Budaya organisasi, kepemimpinan, dan strategi merupakan tiga komponen penting yang berkontribusi terhadap kesuksesan organisasi. Budaya organisasi berdampak pada strategi organisasi, serta perilaku dan pilihan para pemimpin, sementara kepemimpinan yang sukses dapat mengembangkan dan memperkuat budaya yang selaras dengan visi dan tujuan perusahaan. Strategi yang sukses didukung oleh pemahaman yang menyeluruh tentang budaya dan kepemimpinan saat ini, serta pengelolaan sumber daya dan kompetensi khusus perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan fokus pada pencarian atau penggambaran secara deskriptif dalam bentuk penjelasan yang menyeluruh. Metodologi penelitian kualitatif digunakan untuk lebih memahami bagaimana budaya organisasi, kepemimpinan, dan strategi berdampak pada keunggulan kompetitif organisasi di sektor teknologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa budaya organisasi yang kuat, kepemimpinan yang efektif, dan

strategi yang tepat, semuanya berkontribusi besar terhadap keunggulan kompetitif perusahaan dalam bisnis teknologi. Variabel-variabel utama yang mempengaruhi kinerja perusahaan meliputi budaya yang mendukung inovasi dan pengambilan risiko, kepemimpinan yang efektif, serta inisiatif yang berorientasi pada pasar dan teknologi. Dalam konteks persaingan komersial yang semakin kuat, sangat penting bagi bisnis teknologi untuk memahami dan mengelola budaya organisasi, kepemimpinan, dan strategi mereka untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Menciptakan budaya yang mendorong inovasi, kepemimpinan yang kreatif, dan solusi yang fleksibel sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang dalam bisnis ini.

Kata Kunci: Budaya Organisasi, Kepemimpinan, Strategi, dan Keunggulan Kompetitif.

LATAR BELAKANG

Perusahaan-perusahaan berada di bawah tekanan yang semakin meningkat untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Banyak orang menganggap keunggulan kompetitif sebagai alat yang digunakan manajer untuk mengungguli pesaing mereka. Dalam persaingan bisnis, faktor yang paling penting adalah membujuk pelanggan untuk membeli barang, yang akan meningkatkan pendapatan. Keunggulan kompetitif diperoleh dengan menurunkan biaya (efisiensi biaya), mengelola harga yang lebih tinggi (diferensiasi produk), atau menggabungkan keduanya. Sebagai hasilnya, diperlukan strategi kompetitif yang mampu menghasilkan hasil yang lebih baik dan berjangka panjang. Tujuan strategi ini adalah untuk memodifikasi harga atau biaya agar menguntungkan perusahaan.

Harga adalah salah satu aspek yang menarik pelanggan untuk membeli produk. Harga mencerminkan kualitas produk. Penyesuaian harga yang dilakukan oleh perusahaan biasanya berdampak pada pendapatan pesaingnya. Untuk meminimalkan kerugian perusahaan, manajer harus berhati-hati dalam menentukan rencana penetapan harga jual.

Keberhasilan dalam mencapai tujuannya, perusahaan sangat bergantung pada strategi yang sukses. Strategi yang cerdas dapat membantu bisnis menavigasi pasar yang kompetitif, meningkatkan kinerja, dan memperoleh keunggulan kompetitif. Pengembangan strategi adalah proses rumit yang menggabungkan beberapa aspek. Salah satu aspek yang paling penting dalam perumusan strategi yang baik adalah kemampuan

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DENGAN PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN MELALUI ANALISIS SWOT

perusahaan untuk memahami dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan operasionalnya.

Perubahan lingkungan perusahaan dapat terjadi dengan cepat dan tidak terduga. Perusahaan yang tidak bereaksi terhadap perkembangan ini akan tertinggal dari kompetitornya. Sangatlah penting bagi perusahaan untuk memiliki strategi yang fleksibel dan dapat disesuaikan sesuai kebutuhan. Menciptakan strategi yang sukses membutuhkan pemahaman yang menyeluruh tentang kekuatan dan keterbatasan organisasi, serta peluang dan ancaman pasar. Perusahaan juga harus mengikuti pendekatan metodis yang sistematis dalam mengembangkan dan menerapkan strategi.

Strategi yang sukses dibangun di atas persiapan yang matang. Hal ini karena strategi yang sukses harus didasarkan pada tinjauan menyeluruh terhadap berbagai aspek internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kesuksesan perusahaan. Perencanaan yang matang dimulai dengan menetapkan visi dan tujuan yang jelas bagi perusahaan. Visi dan misi ini akan memandu pengembangan strategi perusahaan.

Manajemen memegang peranan penting dalam menentukan visi, misi dan arah strategis perusahaan. Pemimpin visioner dapat menginspirasi dan memotivasi karyawannya untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu, manajer juga bertanggung jawab untuk menciptakan budaya perusahaan yang mendukung pengembangan dan implementasi strategi. Budaya perusahaan mengacu pada seperangkat nilai, keyakinan, dan norma yang dianut karyawan di suatu perusahaan. Budaya perusahaan yang positif dapat mendorong kolaborasi, inovasi, dan pengambilan risiko, yang semuanya penting bagi keberhasilan strategis.

Budaya perusahaan adalah komponen penting yang dapat mendukung strategi perusahaan. Budaya yang kuat dapat membantu organisasi untuk menyelaraskan perilaku karyawan, meningkatkan motivasi, mendorong kolaborasi, meningkatkan inovasi, dan meningkatkan reputasi. Membangun budaya perusahaan yang kuat membutuhkan waktu dan komitmen dari semua anggota staf. Pemimpin organisasi harus bertindak sebagai *role model* dan menunjukkan perilaku yang sesuai dengan budaya yang diinginkan. Organisasi juga harus memiliki prosedur dan sistem yang mendukung budaya tersebut.

Faktor-faktor penting untuk keberhasilan strategi adalah budaya perusahaan yang mendorong kerja sama, inovasi, dan pengambilan risiko. Budaya organisasi adalah komponen penting yang dapat mempengaruhi bagaimana perusahaan bertindak terhadap

lingkungan luarnya. sebuah sistem nilai yang terdiri dari keyakinan-keyakinan tentang apa yang penting dan bagaimana hal itu bekerja. Dengan demikian, budaya organisasi menyediakan kerangka kerja yang memikirkan dan mengarahkan perilaku yang baik dan penting terkait variabel komitmen organisasi untuk meningkatkan kinerja karyawan. Budaya organisasi adalah ciri unik yang membedakan suatu perusahaan dari yang lain.

Perencanaan yang matang juga mempertimbangkan faktor risiko. Risiko adalah kemungkinan terjadinya kejadian tak terduga yang dapat menghambat keberhasilan suatu strategi. Perusahaan harus mengidentifikasi potensi risiko dan mengembangkan rencana untuk menguranginya. Perencanaan yang cermat adalah proses yang berkelanjutan. Perusahaan harus secara teratur memantau dan mengevaluasi strategi mereka untuk memastikan strategi tersebut relevan dan efektif.

LANDASAN TEORI

Pengertian Strategi

Strategi merupakan hal yang vital dalam manajemen strategis karena mencakup perencanaan strategi, pengembangan strategi, pelaksanaan strategi, dan penilaian strategi. Anthony, Polani, dan Nehaniv (2013) mendefinisikan strategi sebagai seperangkat tujuan yang didukung oleh kebijakan dan strategi yang luas untuk mencapainya. Strategi ini dirancang sedemikian rupa sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi bisnisnya serta siapa perusahaan itu dan apa yang diinginkannya di masa depan. Menurut Witcher (2019), strategi adalah cara untuk mengarahkan aktivitas perusahaan menuju tujuan dan sasaran jangka panjang yang berkelanjutan. Agar tetap bertahan, perusahaan harus belajar menganalisis lingkungan persaingan, mendefinisikan posisi mereka, memberikan manfaat dan keunggulan kompetitif, dan mengenali ancaman. (Pudjadi et al. 2013).

Sukristono mendefinisikan strategi sebagai proses penyusunan rencana para eksekutif puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, diikuti dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Di sisi lain, Hamel dan Prahalad mendefinisikan strategi sebagai tindakan yang dilakukan secara terus-menerus dengan tujuan untuk mencapai ekspektasi konsumen di masa depan.

Strategi adalah upaya untuk mengungguli para pesaing dan memenangkan kontes. Hal yang sama juga berlaku untuk strategi bisnis yang implementasinya berupaya mengungguli pesaing dan meningkatkan kinerja organisasi, terlepas dari kriteria yang

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DENGAN PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN MELALUI ANALISIS SWOT

digunakan untuk menilai pencapaian tersebut. Strategi organisasi berfungsi sebagai dasar untuk mengidentifikasi taktik, rencana, metode, dan sumber daya yang diperlukan untuk memenangkan persaingan.

Konsep Strategi

Chandler (1962: 13) mendefinisikan strategi sebagai tujuan jangka panjang perusahaan dan pemanfaatan serta alokasi semua sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Efektivitas strategi ditentukan oleh pemahaman menyeluruh atas topik-topik yang saling berhubungan dan rencana itu sendiri. Pengertiannya adalah sebagai berikut:

1. **Kompetensi yang Berbeda.**

Langkah-langkah yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyelesaikan tugas secara lebih efektif dibandingkan dengan kompetitor. Menurut Day dan Wensley (1998), keahlian khas perusahaan dapat ditemukan melalui dua faktor: keahlian tenaga kerja dan kapabilitas sumber daya. Kedua elemen ini memungkinkan perusahaan untuk mengungguli pesaingnya.

2. **Keunggulan atas persaingan.**

Pendekatan yang digunakan perusahaan untuk memanfaatkan kemungkinan pasar menawarkan keunggulan kompetitif. Porter berpendapat bahwa dalam pasar yang semakin kompetitif, perusahaan harus memilih antara memasok barang yang mahal atau murah, tetapi tidak keduanya.

Perencanaan

Erly Suandy (2017) mendefinisikan perencanaan sebagai proses menciptakan tujuan organisasi dan mempresentasikannya secara jelas dengan berbagai strategi, taktik, dan operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Karena tujuan dari sebuah rencana adalah untuk memimpin pelaksanaan tindakan, maka rencana dapat digunakan untuk memantau dan menganalisis bagaimana sebuah kegiatan berjalan.

Perencanaan adalah serangkaian tindakan yang akan diambil di masa depan untuk mencapai tujuan tertentu. Tahap pertama dalam menunjukkan keseriusan seseorang untuk berwirausaha adalah perencanaan bisnis, yang juga membantu dalam menghindari faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan dan mengantisipasi kesulitan yang mungkin terjadi

saat menjalankan perusahaan. Rencana bisnis diperlukan karena perencanaan adalah landasan dari setiap perusahaan, karena tanpa persiapan yang tepat implementasi tidak akan mungkin dilakukan. Membuat rencana bisnis juga menunjukkan keseriusan dalam berusaha dan komitmen yang kuat dalam mengelola perusahaan, sehingga tidak mudah patah semangat saat menghadapi rintangan dan bahaya bisnis.

Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis adalah proses yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja melalui pengembangan produk dan layanan baru, ekspansi ke pasar baru, dan bekerja sama dengan pihak lain. Salah satu inisiatif pengembangan bisnis untuk menjamin bahwa nilai bisnis disediakan adalah peningkatan kinerja, yang dicapai melalui proses atau kegiatan yang dikenal sebagai pengembangan bisnis (Hassanien, dkk. 2010).

Pengembangan bisnis adalah salah satu kegiatan yang paling menguntungkan bagi para manajer atau anggota tim yang berafiliasi dengan sebuah perusahaan atau organisasi (Margeta Nelke, 2010). Tujuan pengembangan bisnis, yakni untuk memastikan penyampaian nilai dan manfaat bisnis. Setiap pemikiran atau tindakan yang berupaya meningkatkan perusahaan dari waktu ke waktu untuk memanfaatkan pasar, membangun aliansi strategis, memanfaatkan pelanggan, dan meningkatkan reputasi perusahaan pada dasarnya dianggap sebagai pengembangan bisnis.

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif adalah persepsi pelanggan tentang penawaran perusahaan yang lebih menarik dibandingkan dengan para pesaingnya (Hakkak, 2015). Menurut teori berbasis sumber daya (RBT), sebuah perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan mengeksploitasi kualitas uniknya untuk menghasilkan keuntungan anomali atau tingkat pengembalian di atas rata-rata (Lin dan Hunag, 2011).

Menurut Sigalas (2013), Peteraf dan Barney (2003) juga mengatakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan adalah kapasitasnya untuk menghasilkan nilai ekonomi yang lebih besar daripada saingannya yang paling produktif (Sigalas & Pekka, 2013). Hal ini menunjukkan bagaimana keunggulan kompetitif dapat memberikan nilai ekonomi dan daya tarik yang lebih besar dibandingkan dengan pesaingnya, yang menunjukkan perlunya perusahaan untuk terus berinovasi agar dapat tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan.

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DENGAN PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN MELALUI ANALISIS SWOT

Ding dkk. (2019) menemukan bahwa perilaku produksi dan model budaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Menurut Efrat dkk. (2018), komponen berikut ini berhubungan positif dengan keunggulan kompetitif perusahaan, yaitu: inovasi, ketidakpastian, dan fleksibilitas tugas. Hal ini mendorong para manajer untuk lebih memperhatikan proses mereka untuk memasukkan aspek konseptual dan pengungkapan yang meningkatkan keunggulan tersebut (Sigalas dan Pekka, 2013).

Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif harus memperkuat faktor-faktor penting yang mengarah pada kinerja aktivitas (Hakkak, 2015). Praktik lingkungan, praktik sosial, dukungan manajemen tingkat atas dan menengah, pembelian strategis, teknologi informasi (McGaughey et al., 1994), perilaku produksi, model budaya produksi, peraturan pemerintah, tanggung jawab sosial perusahaan, jaminan kualitas (Ding et al., 2019), dan modal intelektual (Arabiyat et al., 2018), struktur kepemimpinan (Azzahra, 2018).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang membantu bisnis menemukan kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal (Phadermrod et al., 2019). Analisis SWOT adalah identifikasi otomatis dari beberapa variabel untuk mengembangkan strategi perusahaan atau Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Analisis SWOT didasarkan pada gagasan bahwa rencana yang efektif dikembangkan dari sumber daya internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT memberikan keuntungan dalam menggabungkan faktor internal dan eksternal untuk mengembangkan strategi baru. Hasilnya, perencanaan berbasis sumber daya dan kompetensi dapat melengkapi analisis SWOT dengan menawarkan perspektif dari dalam (Dyson, 2002).

Proses ini terdiri dari pemeriksaan tujuan khusus perusahaan atau asumsi proyek, serta menganalisis variabel internal dan eksternal yang menguntungkan dan tidak menguntungkan yang diperlukan untuk memenuhi tujuan tersebut dalam kondisi saat ini. Untuk menentukan strategi yang optimal, temuan identifikasi dibandingkan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang (strategi SO) dan meminimalkan kelemahan dan ancaman (strategi WT). Analisis SWOT menggunakan data yang dikumpulkan dalam

penelitian ini untuk mengembangkan strategi yang mengoptimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan teknik kualitatif, dengan fokus pada pencarian deskriptif atau penggambaran dalam bentuk penjelasan yang menyeluruh. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu-individu dan perilaku yang diamati (Zuchri, 2021). Pendekatan penelitian kualitatif menekankan pada karakteristik dari sudut pandang subjek, dan teori digunakan sebagai panduan untuk menjamin proses penelitian sesuai dengan fakta yang ditemukan di lapangan. Selain itu, teknik kualitatif menekankan pada melihat kejadian dan menyelidiki kandungan maknanya. Penelitian kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data, analisis data secara induktif, dan peneliti sebagai instrumen utama untuk menganalisis suatu objek ilmiah. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai suatu fenomena yang terjadi dan dapat dilihat dari sudut pandang subjek, tanpa memerlukan bukti-bukti. Oleh karena itu, penelitian kualitatif cocok digunakan untuk pertanyaan-pertanyaan yang bersifat eksploratif, deskriptif, dan eksplanatoris. Penelitian kualitatif dimulai dengan teori, yang kemudian didukung oleh bukti-bukti lapangan. Tujuan peneliti kualitatif adalah untuk memahami bagaimana masyarakat atau orang-orang berinteraksi, serta untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh tentang suatu fenomena melalui analisis naratif dan deskriptif.

Penelitian kualitatif sangat tepat dalam penerapannya untuk mengatasi kesulitan atau masalah ilmu sosial dan humaniora ketika menawarkan jawaban atau menangani topik atau masalah yang muncul dan menjadi subjek penyelidikan. Metode penelitian kualitatif deskriptif juga memungkinkan peneliti untuk menggunakan data dalam bentuk narasi, detail cerita, ekspresi, dan hasil konstruksi yang dikumpulkan dari responden atau informan dengan menggunakan prosedur pengumpulan data seperti wawancara mendalam dan observasi. Penelitian deskriptif juga menekankan pada kemampuan peneliti untuk menganalisis, mensintesis, mendeskripsikan, dan menilai hasil kerja mereka sendiri, bukan hanya bergantung pada data dan alat penelitian (Endah et al.,

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DENGAN PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN MELALUI ANALISIS SWOT

2022). Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lengkap dan rumit mengenai konveksi alamiah pada manusia atau masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepemimpinan adalah proses mempengaruhi aktivitas suatu kelompok yang terorganisir untuk mencapai tujuan tertentu. Atau, kepemimpinan mengacu pada kemampuan dan bakat seorang pemimpin dalam mempengaruhi orang lain, terutama bawahan, untuk berpikir dan berperilaku sesuai dengan tujuan perusahaan melalui perilaku yang baik. Sementara itu, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengawasan pekerjaan anggota organisasi, serta pendayagunaan seluruh sumber daya organisasi untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan.

Kepemimpinan berfungsi sebagai subsistem dalam manajemen. Pemimpin memiliki peran penting dalam menggerakkan bawahannya, sehingga para ahli berusaha untuk mendefinisikan tugas dan tanggung jawab pemimpin dalam mempengaruhi bawahannya. Peran mengacu pada perilaku yang dikendalikan dan dituntut dari seseorang dalam posisi tertentu. Sebagai hasilnya, tugas kepemimpinan dapat didefinisikan sebagai seperangkat perilaku yang harus dilakukan oleh seorang pemimpin berdasarkan posisinya.

Budaya organisasi dibangun di atas tiga tingkatan, yakni : asumsi dasar, nilai-nilai, dan artefak. Tingkat asumsi dasar membahas interaksi antara manusia dengan lingkungannya, termasuk alam, tumbuhan, hewan, dan manusia, serta hubungan itu sendiri. Asumsi dasar ini dapat didefinisikan sebagai ideologi atau gagasan yang tidak terlihat jelas namun dianggap ada. Tingkat berikutnya adalah nilai, yang mengacu pada kegiatan atau perilaku yang dapat diukur melalui perubahan atau konsensus masyarakat. Meskipun artefak dapat dilihat namun sulit untuk diciptakan kembali, artefak juga dapat berupa teknologi, artistik, atau dapat didengar. Budaya organisasi adalah seperangkat ide, nilai, dan cara hidup yang dipelajari untuk berinteraksi dan beradaptasi di dalam perusahaan. Budaya organisasi sering kali dikembangkan oleh anggota perusahaan. Menurut Robbins (2003), budaya organisasi adalah seperangkat nilai yang dipegang dan dipraktikkan oleh anggota organisasi yang membedakannya dari yang lain. Sebagai fondasi budaya organisasi, sistem nilai ini dibedakan oleh tujuh kualitas utama. Salah

satunya adalah dorongan karyawan untuk berinovasi dan mengambil risiko dalam menjalankan pekerjaan dan kewajibannya.

Budaya organisasi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pengembangan dan implementasi strategi. Pada tahap perumusan strategi, budaya organisasi berdampak pada pemilihan strategi organisasi, namun pada tahap implementasi, budaya organisasi mempengaruhi upaya untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam eksekusi strategi. Dalam dua tahap ini, budaya organisasi memiliki dampak tidak langsung terhadap para pemimpin dan pengambil keputusan di semua tingkat manajemen, serta semua karyawan di perusahaan.

Tahap perumusan strategi mencakup tindakan seperti memeriksa lingkungan, menguraikan kemungkinan strategi, dan memilih rencana yang optimal untuk perusahaan. Budaya organisasi berdampak pada kerangka kerja yang digunakan oleh para eksekutif dan pengambil keputusan. Asumsi budaya, kepercayaan, dan standar yang dipegang oleh anggota organisasi berdampak pada bagaimana setiap orang dalam organisasi berpikir, melihat, dan menafsirkan proses, terutama mereka yang terlibat langsung.

Secara keseluruhan, asumsi, nilai, dan norma organisasi memengaruhi pola pikir, terutama para pemimpin dan pengambil keputusan. Sikap-sikap ini berdampak pada bagaimana organisasi memandang dan menginterpretasikan lingkungan internal dan eksternalnya. Hal ini juga berdampak pada temuan perusahaan mengenai strategi yang akan dijalankan, serta pilihannya untuk memilih pendekatan terbaik bagi organisasi.

Strategi kepemimpinan adalah rencana atau metode strategis yang dimiliki oleh seorang pemimpin untuk mengubah perusahaan atau organisasi, menerapkan strategi dengan kepemimpinan yang efektif, dan membuat karyawan memahami tujuan serta tantangan yang dihadapi oleh perusahaan. Strategi kepemimpinan menjadi hal yang penting karena berkaitan dengan kemajuan atau kemunduran sebuah perusahaan. Ketidakmampuan seorang pemimpin dalam melaksanakan strategi dapat berdampak pada kinerja karyawan, yang pada gilirannya akan memengaruhi kinerja perusahaan dan mungkin menciptakan citra yang negatif serta kesulitan dalam mencapai tujuan perusahaan.

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DENGAN PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN MELALUI ANALISIS SWOT

Menurut Sachin dan Bansidhar, kepemimpinan strategis adalah kapasitas pemimpin untuk membujuk pekerja untuk membuat keputusan sukarela yang akan meningkatkan keberlanjutan jangka panjang organisasi dengan tetap mempertahankan stabilitas keuangan jangka pendek.

Ketenangan, kesejukan, keindahan, kepercayaan, dan keharmonisan adalah manifestasi dari kepemimpinan organisasi serta budayanya. Menurut Schein (1991), melihat kepemimpinan organisasi sama dengan melihat budayanya. Anggota organisasi, atau pekerja perusahaan, bekerja sesuai dengan deskripsi pekerjaan yang diberikan kepada mereka. Deskripsi pekerjaan mengarah pada pencapaian tujuan organisasi, yang pada gilirannya membentuk misi organisasi. Tujuan organisasi ini ditentukan oleh para eksekutif senior atau pemilik berdasarkan asumsi-asumsi dasar yang mereka buat saat mendirikan organisasi atau perusahaan. Di sinilah para pemimpin membangun budaya organisasi, sesuai dengan premis bahwa "budaya diciptakan oleh para pemimpin" (Schein, 1991).

McKinsey 7-S Framework (Pearce dan Robinson, 2000: 399-400) mempresentasikan model 7-S dari McKinsey. Model ini menjelaskan interaksi antara pemimpin, budaya perusahaan, dan strategi. Menurut McKinsey, strategi yang disetujui oleh para eksekutif harus didukung oleh struktur dan prosedur organisasi. Gaya kepemimpinan menentukan struktur dan proses ini. Pemimpin memutuskan siapa yang akan membantunya dan kemampuan apa yang harus dimiliki oleh kru. Struktur, prosedur, gaya kepemimpinan, orang-orang, dan kemampuan ini semuanya membantu memastikan keberhasilan strategi. Kontribusi dari kelima aspek ini, struktur, sistem, gaya kepemimpinan, personil, dan kemampuan, digabungkan untuk membentuk satu variabel yang dikenal sebagai nilai-nilai bersama, atau lebih dikenal sebagai budaya organisasi.

Setiap hari, para pemimpin memiliki kemampuan untuk menciptakan atau menghancurkan perusahaan mereka. Para pemimpin menciptakan budaya bisnis melalui tindakan dan keputusan mereka. Namun, seberapa besar manfaat kepemimpinan yang kompeten dalam hal kesuksesan perusahaan? Penelitian kepemimpinan Deloitte mencoba menjawab pertanyaan ini dengan mengukur pengaruh kepemimpinan terhadap ekuitas jangka panjang organisasi. Dalam penelitian ini, Deloitte meminta para analis untuk menilai kepemimpinan berdasarkan tiga tanggung jawab utama: menentukan arah,

melaksanakan strategi, dan mendorong inovasi. Ditemukan bahwa kualitas kepemimpinan senior memiliki pengaruh yang terukur terhadap kesuksesan bisnis.

Rata-rata, perusahaan dengan kepemimpinan yang buruk dijual dengan diskon ekuitas sebesar 19%. Sementara itu, perusahaan dengan kepemimpinan yang kuat memiliki premi ekuitas hingga 15%. Menurut salah satu responden, "Kami mempertimbangkan kualitas manajemen (perusahaan), serta rekam jejak individu-individu yang bertanggung jawab dan apa yang telah mereka lakukan di masa lalu. Ada kemungkinan bahwa mereka dapat meningkatkan nilai perusahaan sebesar 25-30%. Para analis percaya bahwa kepemimpinan senior yang baik lebih penting daripada estimasi laba dan analisis rasio. Kegagalan untuk menyelaraskan, bertindak, atau menghormati prinsip-prinsip perusahaan adalah salah satu hambatan paling signifikan terhadap kapasitas pemimpin untuk memberikan hasil yang efektif.

Budaya, kepemimpinan, dan strategi adalah tiga elemen yang diperlukan untuk membina hubungan kerja yang baik dan mendorong bisnis menuju kesuksesan. Kepemimpinan dan budaya, jika ditangani dengan baik, dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis. Sebaliknya, kepemimpinan yang buruk dapat mendukung keyakinan, kebiasaan, dan sikap yang salah, sehingga mengakibatkan gangguan yang dapat membentuk budaya yang beracun dan menyebabkan konflik antara citra dan operasi organisasi. Berikut adalah tiga aspek penting yang menunjukkan penyatuan antara pemimpin dan budaya yang sangat penting: 1) Seorang pemimpin harus mengidentifikasi diri dengan budaya dan memberikan contoh perilaku yang diinginkan. 2) Meskipun budaya organisasi tidak selalu "benar", pendekatan seorang pemimpin tidak mungkin salah. Sikap, tindakan, dan pembangunan tim pemimpin harus mempromosikan nilai-nilai budaya organisasi. Pemimpin membangun budaya melalui kata-kata dan tindakan mereka sehari-hari, yang menciptakan momentum dan membentuk cara kerja karyawan. 3) Seorang pemimpin harus memahami perannya dalam budaya dan menggunakan pengetahuan tersebut untuk mencapai perubahan yang baik. Beberapa pemimpin mungkin mengikuti arus, sementara yang lain mungkin mengeksplorasi teknik-teknik baru untuk mencapai tujuan mereka. Pemimpin yang sadar akan peran mereka dalam budaya saat ini akan lebih efektif dalam mendorong perubahan dengan menggunakan informasi ini untuk memandu pengambilan keputusan sehari-hari, hal ini akan membentuk budaya tempat orang-orang beroperasi. 4) Seorang pemimpin harus

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DENGAN PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN MELALUI ANALISIS SWOT

terhubung dengan hati dan pikiran karyawan dan berkomitmen pada tujuan bersama. Emosi memiliki signifikansi yang lebih besar daripada perhitungan intelektual dalam perilaku manusia. Untuk membangun dan mempertahankan budaya perusahaan yang sukses, para pemimpin harus terhubung dengan sisi emosional staf mereka, membangun tujuan dan motivasi bersama.

Perencanaan yang matang dapat membantu menciptakan strategi yang sukses, dan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah salah satu metode analisis yang dapat digunakan. Analisis SWOT adalah teknik untuk memeriksa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman organisasi untuk membantu para eksekutif dalam membuat keputusan strategis yang terbaik.

Perencanaan yang cermat dapat membantu dalam menetapkan tujuan, mengidentifikasi sumber daya yang tersedia, memahami lingkungan eksternal, dan mengembangkan rencana strategis yang sukses. Selain itu, perencanaan yang cermat dapat membantu dalam mengidentifikasi langkah-langkah yang dapat diambil untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi bahaya yang ada.

Analisis SWOT dapat digunakan sebagai bagian dari proses perencanaan strategis untuk menetapkan arah dan tujuan organisasi, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, dan mengembangkan strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang dan mengurangi risiko.

Para pemimpin yang efektif dapat menggunakan analisis SWOT sebagai panduan untuk membuat keputusan strategis yang konsisten dengan visi dan tujuan organisasi, serta untuk mengidentifikasi kegiatan yang harus dilakukan untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi potensi ancaman. Lebih jauh lagi, perencanaan yang terperinci membantu dalam identifikasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan strategi, serta evaluasi keberhasilan strategi.

Organisasi yang berhasil membangun keunggulan kompetitif mengandalkan aset dan kompetensi unik mereka. Profitabilitas perusahaan sangat ditentukan oleh jenis, kuantitas, dan kualitas sumber daya dan kapabilitasnya. Namun, manajemen strategis bergantung pada penciptaan dan pemanfaatan sumber daya dan keterampilan yang unik ini untuk menciptakan kompetensi inti yang berfungsi sebagai fondasi untuk keunggulan kompetitif jangka panjang (Prahalad dan Hamel, 1990).

Strategi adalah tentang membuat keputusan untuk mengamankan keunggulan kompetitif jangka panjang dengan mengalokasikan sumber daya untuk membangun kompetensi kritis yang menghasilkan kinerja yang unggul (Lin et al., 2014). Bergantung pada teknik yang digunakan, strategi organisasi dapat diklasifikasikan sebagai normatif atau deskriptif (Hambrick, 1982; Andrews, 1971; Miles dan Snow, 1978; Mintzberg, 1978).

Organisasi menggunakan strategi untuk menghadapi perubahan lingkungan dengan mengusulkan serangkaian solusi untuk beragam situasi internal dan eksternal. Studi tentang strategi meliputi kegiatan yang dilakukan, isi strategi, dan proses pengambilan keputusan serta eksekusi (Anwar et al., 2016). Perusahaan yang dapat mengidentifikasi sumber daya dan talenta yang menjadi kompetensi inti akan mengelola bisnisnya dengan lebih efisien dan efektif (Teece et al., 1997). Identifikasi kekuatan dan kelemahan sumber daya memungkinkan organisasi untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya dan meningkatkan produksi dan efisiensi.

Pelaksanaan strategi operasional didasarkan pada kekuatan dan keterbatasan sumber daya operasional, serta identifikasi peluang pasar yang selaras dengan strategi kompetitif. Model internal yang berorientasi pada pasar mengintegrasikan permintaan pasar dengan kemampuan internal dengan menggunakan teknik operasional untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Hayes dan Pisano, 1996; Slack, 2005).

Kiat-kiat untuk membangun keunggulan bersaing sebagai strategi bisnis antara lain dengan mengidentifikasi dan membangun sumber daya inti yang dimiliki perusahaan; membangun kemampuan operasional yang unik dan khusus; membangun norma dan budaya perusahaan yang sesuai dengan visi besar organisasi; memiliki berbagai pendekatan dalam menghadapi perubahan eksternal; mengidentifikasi kompetensi inti agar dapat beroperasi secara efisien dan efektif; mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Perusahaan yang mengikuti pedoman ini dapat meletakkan dasar yang kuat untuk keunggulan kompetitif jangka panjang.

Namun, terdapat contoh perusahaan yang berhasil meningkatkan keunggulan kompetitif melalui strategi bisnis, pertama yaitu Apple. Apple Inc telah berhasil menciptakan keunggulan kompetitif dengan meluncurkan produk-produk yang unik dan inovatif seperti iPhone, iPad, dan Mac. Mereka menerapkan strategi pemasaran terintegrasi dan inovatif untuk memperkuat posisi mereka di pasar. Selanjutnya, ada

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DENGAN PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN MELALUI ANALISIS SWOT

Amazon.com, Inc., Amazon.com, Inc sendiri telah mencapai keunggulan kompetitif dengan menyediakan layanan e-commerce yang unik dan inovatif seperti penjualan online, streaming video, dan layanan cloud computing. Mereka menggunakan strategi pemasaran berbasis data dan kesempatan untuk memperluas pangsa pasar mereka. ketiga ada Google LLC telah berhasil meningkatkan keunggulan kompetitif dengan menawarkan layanan-layanan unik seperti mesin pencari, layanan email, dan cloud computing. Strategi pemasaran terintegrasi dan kepemimpinan telah membantu mereka mempertahankan posisi dominan di pasar. Selanjutnya ada Microsoft, Microsoft Corporation telah mencapai keunggulan kompetitif dengan produk-produk unik seperti Windows, Office, dan Xbox. Mereka menggunakan strategi pemasaran inovatif dan terintegrasi untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan loyalitas konsumen. dan yang terakhir ada Facebook, Facebook, Inc. berhasil menciptakan keunggulan kompetitif melalui layanan-layanan seperti media sosial, marketplace, dan realitas virtual. Mereka menggunakan strategi pemasaran berbasis data dan kesempatan untuk menarik pengguna baru dan mempertahankan eksisting.

Perusahaan dapat menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengetahui variabel internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja mereka dan membangun strategi yang efektif untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi, kepemimpinan, dan strategi merupakan tiga komponen penting yang terkait erat dengan kesuksesan organisasi. Budaya organisasi mempengaruhi strategi organisasi, serta perilaku dan pilihan para pemimpin, sementara kepemimpinan yang sukses dapat mengembangkan dan memperkuat budaya yang selaras dengan visi dan tujuan perusahaan. Strategi yang sukses didukung oleh pemahaman yang menyeluruh tentang budaya dan kepemimpinan saat ini, serta pengelolaan sumber daya dan kompetensi khusus perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Perusahaan dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta kekuatan dan kelemahan internal, melalui perencanaan yang cermat dan penggunaan teknik analisis seperti analisis SWOT, yang membantu pengembangan rencana jangka panjang yang efektif. Perusahaan-perusahaan

seperti Apple, Amazon, Google, Microsoft, dan Facebook telah secara efektif meningkatkan daya saing mereka melalui strategi bisnis. Inovasi produk, pemasaran terintegrasi, penggunaan teknologi dan data, serta kepemimpinan yang baik merupakan komponen penting dalam mencapai kesuksesan tersebut. Keberhasilan perusahaan-perusahaan ini menunjukkan bahwa kombinasi strategi yang tepat, fokus pada kualitas produk, dan fleksibilitas terhadap perubahan pasar dapat mendorong mereka ke posisi dominan di sektor masing-masing.

DAFTAR REFERENSI

- Amang, A., Mulyadi, Utama, P., Andyan. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis*. CV. Tripe Konsultan - JOURNAL CORNER AND PUBLISHING.
- Arifin, M., Farida, N., Sholihah, M., & Oktavia, R. (2021). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 1(1), 25-44.
- Bahauddin, A., Hamdat, A., Cahya, T., B., dkk. (2020). *Manajemen Bisnis Kontemporer : Prinsip Dasar dan Aplikasi*. CV. Diandra Primamitra Media.
- Banjarnahor, R., Astri, Sari, H., Ovi, dkk. (2023). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Butarbutar, B. (2019). Peranan etika bisnis dalam bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187-195.
- Chow, D. V., Suandri, H., Herman, H., Angelika, P., & Ricky, R. (2023). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dengan Memilih Strategi Tingkat Bisnis yang Tepat. *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 116-123.
- Cuandra, F., Yulianti, Y., Kwok, T., Jongestu, J. C., & Tanberius, E. H. (2023). Analisis Aktivitas Operasional dan Perencanaan Agregat pada Perusahaan Apple Inc. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 297-308.
- Damayanti, F., & Rostiana, K. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Apple Dalam Meningkatkan Pemasaran Global. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 138-142.
- Darmawan, M. A. B. (2024). *Perencanaan Bisnis*. Bumi Aksara.

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS YANG EFEKTIF DENGAN PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN MELALUI ANALISIS SWOT

- Fachrurazi, F., Rukmana, A. Y., Supriyanto, S., Syamsulbahri, S., & Iskandar, I. (2023). Revolusi Bisnis di Era Digital: Strategi dan Dampak Transformasi Proses Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhan Organisasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(03), 297-305.
- Faturahman, B. M. (2020). Kepemimpinan Dalam Budaya Organisasi. 10 (1), 1–11.
- Fatyandri, A. N., Fiona, F., Fernando, R., Wijaya, R. C., Alexandro, W., & Agustian, W. (2023). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dengan Memilih Strategi Tingkat Bisnis Yang Tepat. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 230-236.
- FoEh, J. E. (2020). *Perencanaan Bisnis (Business Plan): Aplikasi dalam Bidang Sumberdaya Alam*. Deepublish.
- Hamid, S., Rahmad, Utami, B., Herawati, C., B., dkk. (2023). *Manajemen Strategis (Konsep dan Aplikasi dalam Bisnis)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Handayani, A. & Sarwono, E., A. (2021). *Buku Ajar Manajemen Strategis*. UNISRI Press.
- Himwaan, R. A. (2020). *Analisis Brand Equity Smartphone Apple pada Generasi Milenial Kota Bogor* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Malik, I. (2020). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Masyarakat Ekonomi Asean. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39-61.
- Maskhulin, P. I. A., Setyawan, W. P., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). MEMAHAMI DAN MENGELOLA RISIKO BISNIS DALAM PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 194-203.
- Mudayat, M., DA Arisanti, D., & M Fail, M. F. (2020). *Perencanaan dan Pengembangan Bisnis*. Scopindo Media Pustaka.
- Rijal, S., Sihombing, T. M., Akbar, I. A., Desembrianita, E., & Lubis, R. F. (2023). Peran Keunggulan Kompetitif, Inovasi Produk, dan Jaringan Bisnis terhadap Kinerja Ekonomi Daerah. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(03), 173-185.
- Rizal, M., & Malihah, L. (2022). ANALISIS SWOT PADA PRODUK SMARTPHONE APPLE DAN SAMSUNG. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (Ekobis-DA)*, 3(01).

- Rozi, M. F., & Utami, M. P. (2023). Perencanaan Strategis Penerapan Teknologi Informasi Menggunakan Metode Analisis SWOT Proses Bisnis Unit IT: Information Technology Implementation Strategic Planning Using the IT Unit Business Process SWOT Analysis Method. *Decode: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 3(1), 74-81.
- Setiabudi, D., Rizan, M., Kamal, A. F., Dimuk, M., Azizy, F. N., Fatoni, N. F., ... & Sari, U. I. (2023). STRATEGI BISNIS DI ERA DIGITAL.
- Suryati, A., Murwaningsari, E., Mayangsari, S. (2022). *Keunggulan Kompetitif : Konsep dan Studi Kasus*. CV. Adanu Abimata.
- Sofik Handoyo, Harry Suharman, Erlane K. Ghani, Slamet Soedarsono, A business strategy, operational efficiency, ownership structure, and manufacturing performance: The moderating role of market uncertainty and competition intensity and its implication on open innovation, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Volume 9, Issue 2, 2023, 100039, ISSN 2199-8531.
- Syahputra, F. (2024). PENGGUNAAN TEKNIK ANALISIS SWOT DALAM PERENCANAAN STRATEGIS PERUSAHAAN: PENDEKATAN MANAJEMEN BISNIS.
- Toga Sehat Sihite, S. E., Triansyah, F. A., Ferly Aninditya, S. E., Kristanto, T., Kom, S., Kom, M., ... & Utomo, K. W. (2023). *Perencanaan Proses Bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Widodo, S. (2023). *MANAJEMEN STRATEGIK: Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Penerbit NEM.
- Windi, P., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya perilaku organisasi dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71-77.
- Zuliyatin, F. E., & Baskoro, H. (2023). Peran Pemimpin Dalam Mengembangkan Budaya Organisasi. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(1), 268-280.